

Els mitjans de comunicació han dilapidat bona part del capital de credibilitat que van saber acumular durant els primers anys de la democràcia, van

coincidir a dir els professionals de diferents àmbits que van intervenir en els debats de les XII

Jornades de Comunicació Blanquerna, organitzades, com cada any, per la Universitat Ramon Llull.

# A la recerca de la credibilitat perduda

Text: Joaquim M. Pujals

Fotos: Josep Cano

L'excés d'oferta, la invasió de la publicitat, els programes escombria, els interessos comercials de les empreses, el descarat partidisme polític, l'aparició de nous mitjans –com els digitals o els diaris gratuïts, la manca d'esperit crític i professionalitat dels periodistes, la precarietat laboral...

Les causes són, segons qui les apunti, molt diverses, però el diagnòstic, gairebé unànime: transcorregudes tres dècades des de la fi de la dictadura, la premsa ha perdut una gran part de la credibilitat que va conquerir durant la Transició, i això és un pèssim símptoma de la salut del sistema democràtic.

Aquesta va ser la principal conclusió a què es va arribar a la dotzena edició de les Jornades de Comunicació Blanquerna, que organitza la Universitat Ramon Llull, enguany sota el títol genèric “El cansament de la democràcia. La crisi de credibilitat en els mitjans i les institucions”. Periodistes, fotògrafs, publicistes, professors universitaris, directors de cinema, actors, polítics i cooperants, entre altres professionals, van debatre sobre diferents aspectes del tema proposat –en no poques ocasions, sobre altres qüestions que no tenien res a veure amb

els títols dels debats– en 23 taules rodones celebrades entre els dies 14, 15 i 16 de març.

El director de l'Avui, Vicent Sanchis, creu que els principals mitjans del país “mantenen una certa credibilitat –tot i que no tanta com creuen– malgrat que no han fet res per guanyar-se-la”. Sanchis va ressaltar que, “mentre a Madrid tots els diaris tenen una opció ideològica clara”, i no fan res per amagar-la, ja que això els garanteix una determinada clientela, en els rotatius de Barcelona regnen “el desconcert i els dubtes” sobre el model a seguir, i això ha afectat la seva versemblança, mesurada en termes de “venda i influència”. Però, d'una o altra forma, aquí o allà, va proclamar, “tots els periodistes afirmen ser independents, i tots fan trampa”.

## MERS TRANSMISSORS

El seu company de la taula “La credibilitat dels mitjans. La irrupció dels gratuïts”, el director adjunt d'El Periódico, Bernat Gasulla, va interpretar que periodistes i mitjans són cada cop menys creïbles als ulls dels ciutadans perquè “ens manca independència dels poders polítics i econòmics”. “Ens hem convertit en mers trans-





Josep Maria Carbonell, Vicent Sanchis, Fernando González Urbaneja i Bernat Gasulla, quatre dels ponents de les jornades.

missors de les informacions que vénen del poder”, va admetre. Menys concloents van ser un i altre a l'hora de les solucions. “Almenys, som conscients que no podem seguir així”, va concedir Gasulla, per a qui “cal defensar la capacitat professional del periodista”. Sanchis va advocar per seguir el combatiu model madrileny, “el periodisme que fa que els poders polítics i econòmics es despertin nerviosos cada dia”, en lloc del model de “balneari” que al seu parer impera a Barcelona. “La premsa forta i influent és millor que la menys forta i menys

influent”, va sentenciar el periodista i director del diari *Avui*.

El president de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE), Fernando González Urba-

**“La llibertat d'expressió és molt recent al nostre país, ens la vam trobar i l'hem discutit poc” (González Urbaneja)**

neja, va advertir que “de la relació entre els executius i els mitjans de comunicació no en surt mai res de bo per als ciutadans”. “Els editors s'han abocat sobre les llicències de ràdio i televisió –que s'han concedit enmig

de partidisme, influències i arbitrietats– i s'han oblidat de l'exercici del periodisme, deixant-nos als professionals als peus dels cavalls”, criticà. Per al president de la FAPE, si hi ha un cansament de la democràcia, seria en realitat una “fatiga d'èxit”, però la llibertat d'expressió, que “és molt recent al nostre país, ens la vam trobar i l'hem discutit poc”, va censurar. Per reconquerir la independència dels informadors, González Urbaneja va propugnar primer de tot un clar “allunyament de les fonts”.





Anna Alba

A la taula “Ètica i llibertat d'expressió en els mitjans”, on va debatre amb González Urbaneja el president del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), Josep Maria Carbonell, va defensar, davant el fracàs evident de l'autoregulació en els continguts dels mitjans, la “coregulació, és a dir, l'autoregulació amb un àrbitre”, un organisme independent del tipus del CAC.

### EL DECLIVI DE LA RÀDIO

Durant els primers anys de la democràcia, la ràdio va ser, sens dubte, el mitjà d'informació al qual els ciutadans atorgaven una major credibilitat. Fa temps que ha deixat de ser així. Què ha succeït? “Que abans érem quatre emissores, i ara n'hi ha tantes que no caben al dial, i anem tots com a bojos a la recerca d'un client”, va argumentar Luis del Olmo, director del programa *Protagonistas* a Punto Radio / Onda Rambla.

“Estem fent servir miserablement la ràdio”, es va lamentar Del Olmo, qui va criticar la instrumentalització partidista d'algunes emissores i la creixent presència de programes



Josep Maria Carbonell

escombraria a les graelles de ràdios i televisions. “Mai havia vist tanta crispació al carrer i els culpables som els mitjans”, assegurà. El veterà locutor va intervenir a la taula “Sobrevivint als mitjans”, on

### Vicent Sanchis aposta pel model combatiu dels mitjans madrilenys enfront el model de “balneari” de Barcelona

va dialogar amb Lluís Bassat, publicista i president de Bassat-Ogilvy. En aquest debat havia de participar també el president d'ERC, Josep Lluís Carod-Rovira, que finalment no hi va poder assistir.

### “Abans érem quatre emissores i ara n'hi ha tantes que anem tots com a bojos a la recerca d'un client” (Luis del Olmo)

Com a exemple de com la servitud als dictats del mercat afecta la credibilitat de la premsa, Bassat va revelar com, en una ocasió, el director d'un mitjà de comunicació va extorquir un client de la seva agència publicitària: com que no va voler



Bru Rovira

pagar anuncis a les seves planes, degut a la seva baixa difusió, el rotatiu va emprendre una campanya d'informacions tendencioses en contra seva, fins que l'anunciant va cedir i li va acabar contractant publicitat.

“Això no es pot permetre. S'hi ha de fer alguna cosa”, va proclamar Bassat, tot i haver admès feia un instant que davant d'aquella situació ell no hi

va fer res i es va limitar a posar els anuncis en el mitjà xantatgista.

Davant de la pregunta d'una assistent sobre com pot ser que en el món dels mitjans de comunicació la cada cop major competència no

hagi provocat un increment de la qualitat de l'oferta, com suposadament hauria d'haver succeït, els oradors no hi van saber aportar una

resposta. Luis del Olmo va concedir que, en aquest aspecte, “és cert, potser som l'excepció”, mentre Bassat va opinar que “la competència és sempre bona a llarg termini” i que “l'audiència no pot ser l'única manera de mesurar la qualitat”.



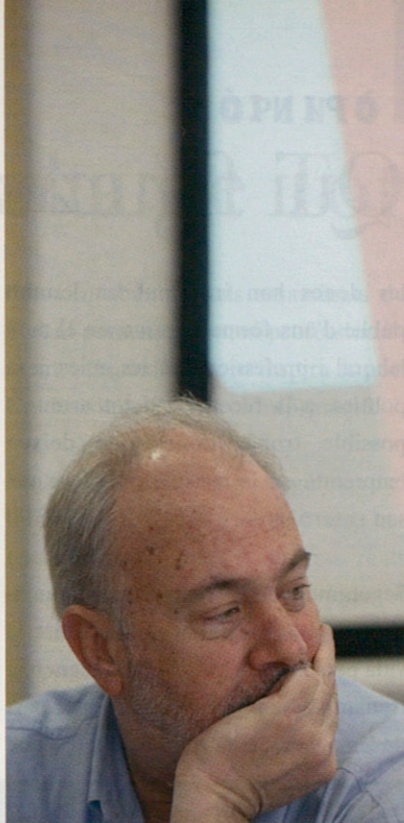


Lluís Bassat

Una altra causa de la caiguda de la credibilitat dels mitjans cal atribuir-la a la manca de rigor i autoexigència dels mateixos periodistes. Tres redactors d'Internacional, habituals enviats especials dels seus mitjans a l'estranger, van exposar com, a més de les dificultats objectives de treballar amb presses en llocs llunyans i estranys sovint mancats de condicions per fer-ho, la informació que rebem se'n ressent de la poca professionalitat d'alguns reporters i, també, dels interessos comercials de les seves empreses.

#### FUNCIONARIS?

A la taula "El món que contenen els mitjans", Anna Alba, de l'*Avui*, va denunciar la "funcionarització" de molts dels seus companys i la conversió dels mitjans en meres "plataformes comercials". Bru Rovira, de *La Vanguardia*, va exposar com, degut a la dictadura de les audiències, les informacions que rebem del món "busquen provocar-nos emocions, però no informar-nos. Sovint no tenen sentit", és a dir,



Ramon Lobo

estan mancades d'una contextualització i d'una investigació seriosa dels fets relatats i les seves causes i conseqüències.

"Una de les característiques de la democràcia és l'existència d'una

**"Ens hem convertit en mers transmissors de les informacions que vénen del poder" (Bernat Gasulla)**

premsa lliure que pugui informar des de la llibertat d'expressió. Doncs bé, això està desapareixent". Amb aquesta contundent afirmació va iniciar la seva intervenció Ramon Lobo, d'*El País*. "Les notícies són

**"Estem cultivant un tipus de lector al qual no li interessa el diari que compra" (Ramon Lobo)**

mers productes de consum. Els diaris cada cop fan més promocions: estem cultivant un tipus de lector al qual no li interessa el diari que compra", va afegir. Davant l'aparició de la premsa gratuïta, "o els diaris es replantegen



Luis del Olmo

els continguts que ofereixen, o anem al desastre en cinc anys", va vaticinar Lobo. Per a ell, el diari de pagament és qui pot oferir una credibilitat que no podran assolir mai els gratuïts. Com? oferint "menys declaracions i més històries", va respondre. En aquest sentit, el redactor d'*El País* es va mostrar convençut que "el lector busca una confirmació ideològica en el mitjà, però també altres coses".

Els tres reporters que varen participar en aquestes jornades sobre la credibilitat dels mitjans de comunicació van ser també molt crítics amb les noves generacions de periodistes i amb els l'estudiants, als quals van acusar de manca de combativitat, d'esperit crític i de vocació per fer veritable periodisme.

Ramon Lobo va preguntar al centenar de joves assistents a la sala quants d'ells llegien almenys un diari de pagament cada dia. Van aixecar la mà aproximadament un terç dels presents. Però gairebé cap d'ells en portava un exemplar al damunt. **■**